

Do stałej oferty wprowadzone zostaną również tematyczne spacery po mieście i wyjazdy historyczne dla różnych grup wiekowych.

## 5. Działalność inwestycyjna

Program muzeum zakłada optymalne wykorzystanie dotacji podmiotowej oraz aktywne poszukiwanie i pozyskiwanie dotacji celowych na realizację zadań, przedsięwzięć programowych. W celu zapewnienia dodatkowego finansowania działalności programowej i statutowej Muzeum, należy podjąć działania zmierzające do dywersyfikacji źródeł dochodu i pozyskiwania finansowania zewnętrznego.

Realizowane i planowane wspólnie z organizatorem instytucji inwestycje będą służyć podniesieniu atrakcyjności muzeum i jego oferty. Ważnym czynnikiem wdrażania poszczególnych inwestycji będzie zachowanie odpowiedniego balansu między wydatkami, a możliwymi przychodami wynikającymi z ich realizacji.

## 6. Działalność promocyjna

Niezbędne jest podjęcie działań, które poprzez kreatywną działalność muzeum, zwiększą jego atrakcyjność i dotrą do szerokiego kręgu odbiorców. Jednym z podstawowych kroków powinna być zwiększona aktywność w social mediach, zgodna ze współczesnymi trendami.

Główny wysiłek marketingowy należy skoncentrować na kanale, za pośrednictwem którego największa liczba osób mogłaby poszukać informacji o ofercie muzeum, czyli Internecie. Za wyborem tego kanału jako podstawowego narzędzia przekazywania informacji, przemawiała nie tylko jego dostępność, ale również niskie koszty, w porównaniu do innych narzędzi marketingowych.

Warto także rozważyć internetową wersję „Ankiety badania satysfakcji odwiedzających”. W tej wersji odpowiadano by na pytania, zaznaczając na skali oceny swój poziom zadowolenia z oferty oraz ewentualne uwagi i propozycje.

DYREKTOR



ORGANIZATOR

PREZYDENT MIASTA



Patryk Marjan